
(19) **KOREAN INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE**

KOREAN PATENT ABSTRACTS

(11)Publication number: **1020020021695 A**

(43)Date of publication of application:
22.03.2002

(21)Application number: **1020000054390**

(71)Applicant: **AMISYS, INC.**

(22)Date of filing: **16.09.2000**

(72)Inventor: **CHO, BYEONG SEONG**
CHOI, HYEONG IN
LEE, DU SEOK
MUN, HWAN PYO
SON, JEONG GYO
WEE, NAM SUK

(51)Int. Cl **G06F 17 /60**

(54) **TARGET MARKETING METHOD BY TRANSMISSION AND RESPONSE OF PRODUCT/SERVICE INFORMATION USING MOBILE COMMUNICATION TERMINAL**

(57) Abstract:

PURPOSE: A target marketing method by the transmission and response of product/service information using a mobile communication terminal is provided to

obtain a fast and accurate response from a customer and to maintain the customer with high royalty by giving a differential incentive to each customer according to the rapidness, sincerity and checkup state after sending the product/service information through the mobile communication terminal. CONSTITUTION: The method comprises steps of a service provider constructing a database by gathering the members to the member of mobile communication company, giving an incentive to a registering member and obtaining the information of customer for the sake of the incentive, the service provider transmitting a specific message to the customer registered in the database through the mobile communication terminal(s280), the customer responding to the service provider, a customer response server measuring a response time, sincerity and purchasing according to the users response(s300-s360), providing a specific mileage to the customer according to the measuring result, and the customer confirming the activity contents and preferred item of customer through the customers room provided from the service provider(s160).

copyright KIPO 2002

Legal Status

Date of request for an examination (20000916)

Notification date of refusal decision (00000000)

Final disposal of an application (registration)

Date of final disposal of an application (20031125)

Patent registration number (1004217390000)

Date of registration (20040225)

Number of opposition against the grant of a patent ()

Date of opposition against the grant of a patent (00000000)

Number of trial against decision to refuse ()

Date of requesting trial against decision to refuse ()

(19)대한민국특허청(KR)

(12) 등록특허공보(B1)

(51) Int. Cl.⁷
G06F 17/60A4

(45) 공고일자 2004년03월12일
(11) 등록번호 10-0421739
(24) 등록일자 2004년02월25일

(21) 출원번호	10-2000-0054390	(65) 공개번호	10-2002-0021695
(22) 출원일자	2000년09월16일	(43) 공개일자	2002년03월22일

(73) 특허권자 (주)모바일타운
서울시 강남구 개포동 13-3 미씨 860 오피스텔 1507호

(72) 발명자 최형인
서울특별시송파구방이동217대림가락아파트1-1403

위남숙
서울특별시송파구방이동217대림가락아파트1-1403

조병성
서울특별시광진구자양3동우성1-6차@104동809호

이두석
경기도안양시만안구석수2동323번지11호

문환표
서울특별시관악구남현동602-249번지102호

손정교
서울특별시관악구신림2동127-16

(74) 대리인 김성수

심사관 : 정준모

(54) 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법

요약

본 발명은 송신자(서비스 제공자)가 고객들에게 무료 통화 등의 인센티브를 부여하여 고객 데이터 베이스를 확보하고, 확보된 고객들에게 상품/서비스정보 및 설문조사 등을 고객의 무선이동단말기(휴대폰, 양방향호출기 등)로 전송하여 고객으로부터 응답을 받되, 고객의 응답시간, 응답의 성실도, 상품/서비스정보 만족도 및 응답에 의한 고객의 행동(구매 등)에 따라서 고객들에게 차별화 된 인센티브를 부여하는 방법 및 시스템에 관한 것이다.

본 발명의 방법을 통하여 고객이 송신자가 보낸 정보를 수신했을 때 빠른 응답, 성실한 응답 등을 유도하고 전송된 상품/서비스정보에 대한 만족도를 체크하게 하여 고객 성향분석 자료로 이용할 수 있도록 한다. 또한 고객의 수신 정보 별 응답에 대한 인센티브 점수, 인센티브 누적 점수 및 누적 점수로 고객이 할 수 있는 것 등을 인터넷상에 고객별 자기방을 주어 확인할 수 있게 한다.

또한 본 방법은 고객의 당사회원 가입시의 가입 양식에 의한 성향 분석과 당사 홈페이지상의 여러 서비스 항목 중 고객의 관심 분야를 선택 역시 자기방에 맞춤형으로 구성하게 하여 이를 통한 지속적인 고객별 성향분석 및 고객들에게 전송된 상품/서비스정보 들에 의한 고객의 후속 조치로의 성향분석 등 이를 근거로 한 고객별 정보교류에 의한 데이터 마이닝(Data Mining) 기법을 통해 세밀한 타겟 마케팅을 할 수 있도록 해준다

대표도

도 1

색인어

타겟 마케팅, 데이터 마이닝, 무선 이동단말기.

명세서

도면의 간단한 설명

도 1 은 본 발명에 따른 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법의 흐름을 나타내는 시스템 구성도.

도 2 는 본 발명의 자기방 초기화면의 예시도.

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

본 발명은 송신자(서비스 제공자)가 고객 데이터 베이스를 확보한 후 고객에게 상품/서비스정보 등을 고객의 무선 이동단말기로 전송한 후 이에 대한 신속한 응답, 전송 내용의 인지에 의한 성실한 응답 등 고객에게 송신된 정보에 대하여 빠르고 정확한 응답을 유도하기 위한 방법 및 시스템에 관한 것이다. 특히 본 발명은 고객에게 응답의 신속성, 성실성, 전송된 상품/서비스정보에 대한 고객의 만족도 체크 및 구매 행위 등 고객의 응답 정도에 따라 차별화 된 인센티브를 부여하고 또 한 고객들이 고객별 인센티브 점수를 인터넷상의 자기방을 통하여 직접 알 수 있게 함으로써 궁극적으로 고객들이 신속하고 정확한 응답을 하도록 하는 고객관리 마케팅 방법 및 이를 위한 시스템에 관한 것이다. 그리고 본 발명은 회원가입시의 가입 양식에 의한 성향분석과 본 발명의 내용을 서비스하는 사업자의 인터넷 홈페이지상의 여러 서비스 항목 중 고객별 관심 분야를 선택 후 자기방에 맞춤형으로 구성하고 구성 분야별 클릭횟수에 의한 성향분석 또한 고객들에게 전송된 상품/서비스정보들에 대한 고객의 후속 조치 등 이를 통한 계속적인 고객별 성향분석을 통하여 고객이 필요로 하는 정보만 전송하고 또한 이를 통한 응답을 계속적으로 반영하는 데이터 마이닝(Data Mining)을 통한 타겟 마케팅(Target Marketing) 및 이를 위한 시스템에 관한 것이다.

종래에는 고객에게 직접 신상품 및 서비스 정보를 전달하기 위해 광고전단지나 전화, 우편을 이용하는 방법들을 이용해왔으나 신속하지 못하고 대량으로 보낼 경우 전달 비용이 많이 드는 단점이 있었다.

이러한 단점들을 극복하고자 근래에는 인터넷을 이용하여 웹이나 이메일을 통하여 또는 디스플레이에 기반한 단말기에 유무선으로 메시지를 전송하여 전달된 메시지를 보았다는 것을 증명하는 일종의 절차로서 고객이 응답을 할 경우 또는 고객이 구매를 할 경우 그에 상응하는 보상을 고객에게 해주는 방법이 개발되어왔다.

그러나 이러한 종래의 방법들은 고객들이 정보를 수신했을 경우에 현금 적립, 무선 이동단말기 요금 할인, 제품가격 할인 등의 여러 가지 보상 기능에 대한 방법들만 개발되어 왔고 고객 응답의 신속성, 응답 내용의 성실성, 지속적인 응답에 대한 차별성, 고객 응답의 현황 등 종합적인 고객관리를 위한 방법을 제시하지 못하였다.

또한 고객의 성향분석도 단순히 한정된 회원가입서 내용에만 근거하여 정확성이 부족한 고객 관리가 실시되어 왔다.

발명이 이루고자 하는 기술적 과제

본 발명은 상기한 종래 방법의 단점들을 극복하고자 제안된 것으로서, 상품 및/서비스 정보 등을 고객의 무선이동단말기 등을 통해서 보내고 고객 응답의 신속성, 성실성, 전송된 상품/서비스정보에 대한 만족도 체크 등에 따라 고객별로 차별화 된 인센티브를 부여하고 또한 고객들이 인센티브에 대한 근거와 내용을 직접 인터넷 상에서 확인할 수 있게 함으로써 고객으로부터 신속하고, 정확한 응답을 얻을 수 있고 충성도가 높은 고객들을 지속적으로 확보하고 유지시킬 수 있도록 하는 것을 목적으로 한다.

또한 본 발명은 고객별로 자기방을 부여하여 맞춤형 서비스를 통해 고객의 만족도를 증가시키고 이를 통한 계속적인 고객의 관심사항을 분석하여 고객별로 맞춤형 정보를 보내고 이를 통한 응답을 계속적으로 반영하여 세밀한 타겟 마케팅을 할 수 있도록 하는 것을 다른 목적으로 한다.

본 발명의 다른 목적과 장점은 하기된 발명의 상세한 설명을 읽고 첨부된 도면을 참조하면 보다 명백해질 것이다.

발명의 구성 및 작용

이하 첨부한 도면들을 참조하여 본 발명의 구성 및 동작원리에 대하여 상세히 설명한다.

< 신규 고객 모집 >

도1은 본 발명에 따른 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법의 흐름을 나타내는 시스템 구성도이다. 즉 본 발명에 따른 무선 이동단말기를 이용한 타겟 마케팅 방법의 바람직한 일 실시예는 도1에 도시된 바와 같이 고객들에게 고객의 무선 이동단말기로 송신자(서비스 제공자)가 메시지(광고, 정보 등)를 전송하는 대신 인센티브를 제공하여 고객 가입을 받는다(s20). 이때 고객 가입은 도우미 등을 이용 직접 고객 가입을 받든지 또는 송신자의 인터넷 홈페이지를 이용하여 고객 가입을 받는다.

위의 인센티브에는 다음과 같은 내용들이 포함된다:

- A. 무선 음성통신 또는 무선 데이터통신 일정시간 무료 제공 서비스.
- B. 기본으로 일정량의 마일리지 제공 서비스.
- C. 당사 홈페이지내의 응용프로그램, 게임 등 콘텐츠를 다운로드 받을 수 있는 서비스.

이때 서비스 A의 무선 음성통신 일정시간 무료 제공 서비스에는 무료 통화를 소정시간 동안(예로서 30분 정도) 해주거나, 단문 메시지(Short Message Service) 및 음성 메시지를 소정횟수(예로서 50회 정도)까지 무료로 보낼 수 있도록 해주는 것이 바람직하다.

무선 데이터통신 일정시간 무료 제공 서비스에는 이동통신사업자가 제공하는 각종 정보서비스에서 이메일, 무선 인터넷까지 무선 데이터서비스를 1시간 정도 무료로 제공하는 것이 바람직하다.

서비스 B에서의 마일리지는 고객의 활동 내용에 따라 계속 누적되는 것으로서 사업자가 정한 범위 내에서 상품 구매 및 서비스 이용에 사용하는 것이 바람직하다. 그리고 누적되는 마일리지로 서비스 A에서 제공하는 무선 통신 서비스를 연장하는 것도 바람직하다. 그리고 서비스 C에서 다운로드받을 수 있는 서비스는 고객들에게 유용한 콘텐츠를 당사 고객으로 가입한 고객들에게만 즉, 당사 회원임을 입증해야만 다운로드할 수 있게 하는 것이 바람직하다.

위의 인센티브로 고객 가입 시 설문을 통하여 고객의 신원 정보뿐만 아니라 고객의 상품 및 서비스 정보에 대한 선호도 등을 조사하여 고객의 일반적인 성향 분석이 가능하도록 한다. 이러한 설문은 메시지 전송과 이에 대한 고객의 응답을 통해서 이루어 질 수도 있다. 각 고객마다 ID를 부여하고 고객별 가입양식 내용의 선호도를 기준으로 고객 관리를 위한 고객 DB를 생성(s80)한다.

고객 DB에는 고객별로 수신한 상품/서비스정보에 대한 응답 현황 등을 알 수 있는 자기방의 구성내용을 포함시키는 것이 바람직하다(s60).

각 고객이 유무선 인터넷을 통하여 서비스 제공자의 홈페이지 운영 서버로 접속할 수 있는(s40) 개인별 자기방은 서비스 제공자의 인터넷 홈페이지 내에 구축 하여 항상 이용할 수 있게 한다. 또는 자기방을 야후나 네이버 등 인터넷 포털 업체들과의 전략적 제휴에 의하여 이 업체들이 현재 실시중인 자기방 내의 한 맞춤 항목에 포함시키는 것도 바람직하다.

고객 데이터베이스에서 고객성향을 분석한 뒤 타겟고객에 정보를 추출하여 별도의 데이터베이스를 구축한다(s100). 그리고 게이트웨이를 통해 상기 타겟고객에게 메시지를 전송한다(s120)(s140).

도2는 본 발명의 자기방 초기화면의 예시도를 나타내며, 이를 통해 상기한 자기방에 대하여 설명한다. 자기방(100)은 유무선 인터넷을 통해 접속할 수 있는 개인 고객 방으로서 웹 페이지 형태로 제공되며 다음과 같은 내용을 포함하고 있다:

ID(10), 패스워드(20), 가입권유자 ID(30).

- A. 고객의 신원정보(40).
- B. 고객의 활동 현황(40).
- C. 각각의 활동 사항에 대한 마일리지 점수 현황(40).
- D. 마일리지 점수로 구매할 수 있는 상품 및 서비스 목록(40).
- E. 서비스 제공자의 홈페이지에서 선택한 고객별 선호 아이템(50).

A에서 고객의 신원 정보는 고객의 이름과 ID 등을 포함한다.

B에서 고객의 활동 사항은 고객이 메시지를 받았을 때의 응답 시간, 응답의 성실성 정도, 상품/서비스정보 만족도 정도, 구매 기록, 소개 기록 등을 포함한다. 여기서 고객의 응답 시간이란, 고객이 메시지를 받고 송신자에게 다시 응답할 때까지의 시간을 의미한다. 이 시간이 짧을수록 고객의 반응을 신속하게 알 수 있으므로 시간을 5분 이내, 1시간 이내, 하루 이내 등으로 나누어 상기 응답의 신속도에 따라 마일리지 점수를 달리 부여하여 고객의 신속한 응답을 유도한다.

그리고 응답의 성실성 정도란, 고객이 응답을 할 때 메시지를 꼼꼼히 읽고 응답하는지의 여부를 판단하는 항목이다. 일반적으로 고객이 응답할 때 메시지를 읽지 않고 바로 응답을 해 버릴 수가 있으므로 송신자가 지정한 단어들(Keyword)이나 문장을 고객이 응답 시에 직접 입력하여 송신자에게 보내게 함으로써, 그냥 응답한 경우, 단어를 입력한 경우, 문장을 입력한 경우 등으로 나누어 마일리지 점수를 달리 부여한다.

상기 성실도 측정은 고객이 응답시 메시지를 꼼꼼히 읽고 응답하는지 여부를 판단하는 것으로서 이의 다른 실시예는, 메시지의 내용 중 가장 핵심이 되는 단어(Keyword)나 문장의 입력 또는 메시지의 내용에서 적당한 간격으로 한 글자씩 뽑아서 조합해서 나오는 단어의 입력을 토대로 이루어지며, 상기 단어나 문장은 고객의 이동단말기에 쉽게 다른 단어나 문장과 구별이 되도록 표시하는 것이다.

이외에도 응답의 성실성을 다른 방법으로 측정할 수 있음은 이 분야의 숙련된 기술자들에게는 자명하다.

상품/서비스정보 만족도 정도란, 고객이 수신한 상품/서비스정보에 대한 만족도, 즉 수신한 고객이 자기에게 필요한 정보인지 아닌지 여부를 무선단말기의 0에서 9까지의 키(Key)를 이용하여 의사표시를 함으로써 이 정보를 고객성향 분석 자료로 활용하여 추후 자료 전송고객 선택시 반영이 될 수 있도록 한다. 여기에서 0은 가장 불만족한 정보이고, 9는 가장 만족한 경우로 이를 고객의 성실도 정도를 입력하는데 같이 포함하여 보내면 된다.

또 구매 기록이란, 고객이 송신자가 메시지 등을 통하여 제공한 상품이나 서비스를 구매했는지 여부에 대한 기록을 말한다. 메시지를 보고 메시지 내용에 포함되어 있는 상품 및 서비스를 구입했을 경우에 별도의 마일리지 점수를 부여한다.

소개 기록이란, 가입 고객이 비가입 고객을 가입시킨 경우에 대한 기록이다. 즉 고객이 가입시킨 사람 수에 따라 마일리지 점수를 달리 부여하며, 송신자 측에서 제공한 상품 및 서비스를 가입 고객의 추천에 의해서 비가입 고객이 구매를 했을 때 해당 상품 및 서비스를 소개한 가입자(추천인)를 쓰게 하여 해당 가입자에게 마일리지 점수를 부여한다. C에서는 B에서 기록된 내용을 바탕으로 활동 기록의 옆에 해당 마일리지 점수를 표시하고 고객의 활동과 마일리지 사용에 따라 점수를 가감하여 남은 점수를 표시한다.

D에서는 C에서의 점수로 어떤 상품 및 서비스를 제공받을 수 있는지 나열하고 선택을 할 수 있게 한다. 실제로 고객이 상품 및 서비스를 구매할 시에 마일리지 점수를 부분적으로 또는 전체적으로 이용할 수 있다.

E에서는 고객이 선호하는 서비스 정보를 서비스 사업자의 홈페이지에서 선택후 자기방에 구성하여 서비스 정보를 제공받을 수 있다. 즉, 증권 정보, 일기 예보, 뉴스, 스포츠(야구, 축구, 골프 등), 채팅, 상품정보(컴퓨터, 음반, 도서, S/W 등) 등 포털(PORTAL) 내용 가운데 고객들이 선호하는 내용으로 자기방을 구성한다. 또한 관심내용을 바꿀 수도 있다. 이처럼 고객이 자기방을 구성 또는 수정하면 이 정보가 홈페이지 운영서버를 통해 고객데이터베이스에 저장되고 분석되어 고객의 성향을 분석하기 위한 자료로서 활용될 수 있다.

<메시지 전송>

이제 메시지 전송과정에 대해 설명한다. 상품/서비스정보가 발생(s200)하면 전송할 메시지의 내용을 파악(s220)하고, 메시지가 전송될 대상고객 선정 기준을 결정(s240)한다. 메시지의 내용은 상품 및 서비스에 대한 광고나 정보로 이루어질 수 있고, 또는 새로운 상품 및 서비스에 대한 고객의 의견을 물어보는 설문이 될 수도 있다. 빠르고 성실한 응답에 보다 많은 마일리지 점수를 부여하므로 신속한 응답이 필요한 정보나 설문 내용이 포함될 수 있다.

메시지 전송은 고객 모두에게 보낼 수 있고, 선별해서 보낼 수 있다. 선별 작업은 고객 DB(s80)를 기초로 연령별, 성별, 직업별, 거주지역별 등으로 원하는 고객을 뽑을 수 있고, 또는 현재 고객의 위치를 파악하여 시간대별, 위치별로 나누어 이루어질 수 있다. 예를 들면 현재 압구정동에 거주하고 있는 30대 기혼 여성고객에게만 소정의 메시지를 전송할 수도 있고, 또는 오후 2시에서 5시 사이에 종로3가역 부근에 있는 20대 고객에게만 소정의 메시지를 전송할 수도 있다.

또한 메시지를 고객별 가입신청서 및 자기방 내의 고객별 서비스 성향분석에 의한 고객DB를 기준으로 선별하여 보낼 수도 있다. 이렇게 여러 가지 사항을 고려하여 메시지 대상고객 선정기준이 결정(s240)되면, 메시지 생성기(s260)에 의해 전송될 메시지를 생성하여 전송될 타겟 고객 DB(s100)와의 연동에 의해 게이트웨이(s120)를 통해 고객에게 전송된다. 고객메시지는 대량으로 신속하게 보내져야 하므로 단문메시지나 무선 인터넷 프로토콜을 이용하여 전송한다. 이동단말기와 전송 속도에 따라 단순한 문자메시지부터 멀티미디어 메시지에까지 전송할 수 있다. 한편 이때 상기 메시지 전송 대상 고객을 선정하는 기준이 정해지면 이를 고객데이터베이스에도 전송하는 것이 바람직하다.

<고객의 응답>

상품/서비스정보를 게이트웨이를 통해 수신한 고객(s140)은 유무선 단말기를 통하여 송신자에게 응답을 하며 이는 서버 제공자의 고객 응답서버(s280)로 재전송되며 고객응답서버는 고객이 얼마나 신속하게 응답하는지를 기록한다(s300). 즉 송신자가 메시지를 전달한 시점으로부터 고객의 응답을 받기까지의 시간을 계산한다. 또한 고객이 메시지를 성실히 보았다는 것을 체크하기 위하여 메시지의 내용 중 가장 핵심이 되는 단어(Keyword)나 문장을 입력하게 하거나, 메시지의 내용에서 적당한 간격으로 한 글자씩 뽑아서 조합해서 나오는 단어를 입력하게 한다. 이동단말기의 기능에 따라 해당 단어 및 문장을 깜박이게 하거나 밑줄을 그어 놓거나 역상으로 표시하거나 특별한 기호를 해당 단어 및 문장의 앞뒤에 붙여놓을 수 있다. 이런 방법에 의해 고객 응답의 성실도를 체크(s320)하고, 수신된 상품/서비스 정보가 고객에게 어느 정도 유용하였는지에 대한 만족도 정도도 체크(s360)하고, 또한 고객의 구매여부도 체크(s340)한다.

이러한 고객의 활동 현황은 고객 DB에 반영하여 새로운 고객 DB가 생성될 수 있도록 하고 또한 홈페이지 운영 서버(s40)로 전달되어 고객별 자기방에 내용이 업데이트되어(s160) 고객이 유무선 인터넷으로 자기방에 접속해서 고객의 활동 사항을 열람할 수 있게 한다.

발명의 효과

상기한 본 발명을 통해 서비스 제공자는 고객에 대한 정보를 빠르고 정확하게 파악할 수 있어서 타겟 마케팅이 가능해진다. 특히 고객별 정보교류에 의한 데이터 마이닝 기법에 의해 고객의 구매성향을 지속적으로 파악할 수 있다. 그리고 서비스 제공자가 고객에게 정보를 전송한 뒤 빠른 응답을 유도할 수 있는 효과도 있다.

본 발명은 고객의 응답속도 및 성실도 등을 체크하여 고객에 대해 차별화된 서비스를 제공할 수 있는 이점도 있다. 뿐만 아니라 차세대 주력 통신수단으로 떠오르고 있는 IMT-2000 등의 무선 휴대단말기를 통해 고객에게 상품 및 서비스 정보를 제공하기 때문에 젊은 세대를 중심으로 본 발명이 새로운 정보제공 패러다임으로 자리매김할 수 있다.

(57) 청구의 범위

청구항 1.

인터넷을 기반으로 하는 서비스 제공자가 이동 통신사업자의 가입자인 네티즌을 대상으로 회원을 모집하고 회원으로 가입한 네티즌(이하 "고객"이라 한다)에 대해 소정의 인센티브를 부여하고 상기 인센티브 부여 대가로 고객에 대한 정보를 확보하여 데이터베이스를 구축하는 단계;

개인 정보가 상기 데이터베이스에 구축된 고객에게 서비스 제공자가 무선 휴대이동 단말기를 통해 소정의 메시지를 전송하는 단계;

상기 메시지를 전송받은 고객이 서비스 제공자에게 응답하는 단계;

상기 응답에 따라 고객응답서버가 고객의 응답시간, 응답성실도 및 구매여부를 측정하는 단계;

상기 측정된 응답시간, 응답성실도, 상품/서비스정보 만족도 및 구매여부에 따라 고객에게 소정의 마일리지를 제공하는 단계; 및

고객이 서비스 제공자에 의해 제공되는 자기방을 통하여 자신의 활동 내용과 선호하는 항목을 확인하는 단계를 포함하는, 무선 이동단말기를 이용한 타겟 마케팅 방법.

청구항 2.

제 1 항에 있어서, 상기 인센티브는 소정시간의 무선 음성통신 무료 서비스, 소정시간의 무선 데이터통신 무료 서비스 및 소정의 마일리지를 포함하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 타겟 마케팅 방법.

청구항 3.

제 2 항에 있어서, 상기 소정 시간의 무선 음성통신 무료 서비스는 소정시간의 무료통화, 소정회수의 단문 메시지 및 음성 메시지 이용권 부여를 포함하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 타겟 마케팅 방법.

청구항 4.

제 2 항에 있어서, 상기 소정 시간의 무선 데이터통신 무료 서비스는 각종 정보서비스에서 소정시간의 전자우편, 무선 인터넷 무료 이용을 포함하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 타겟 마케팅 방법.

청구항 5.

제 2 항에 있어서, 상기 소정의 마일리지는 고객의 활동 내용에 따라 계속 누적되며, 사업자가 정한 범위 내에서 상품 구매 및 서비스 이용에 사용할 수 있는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 타겟 마케팅 방법.

청구항 6.

제 2 항에 있어서, 상기 마일리지로 상기 무선 음성 통신 서비스 또는 무선 데이터통신 소정시간 무료 서비스를 연장하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 타겟 마케팅 방법.

청구항 7.

제 1 항에 있어서, 상기 성실도의 측정은 고객이 응답시 메시지를 꼼꼼히 읽고 응답하는지 여부를 판단하는 것으로서, 송신자가 지정한 단어들(Keyword)이나 문장을 고객이 응답 시에 직접 입력하여 송신자에게 보내게 하며, 응답의 종류는 그냥 응답한 경우, 단어를 입력한 경우, 문장을 입력한 경우로 나누어 상기 응답의 종류에 따라 마일리지 점수를 달리 부여하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 8.

제 1 항에 있어서, 상기 성실도 측정은 고객이 응답시 메시지를 꼼꼼히 읽고 응답하는지 여부를 판단하는 것으로서, 메시지의 내용 중 가장 핵심이 되는 단어(Keyword)나 문장의 입력 또는 메시지의 내용에서 소정 간격으로 한 글자씩 뽑아서 조합해서 나오는 단어의 입력을 토대로 이루어지며, 상기 단어나 문장은 고객의 이동단말기에 다른 단어나 문장과 구별이 되도록 표시하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 9.

제 7 항 또는 제 8 항에 있어서, 이동단말기의 기능에 따라 해당 단어 및 문장을 깜박이게 하기, 밑줄을 그어 놓기, 역상으로 표시기, 특별한 기호를 해당 단어 및 문장의 앞뒤에 붙여놓기 기능 가운데 하나 이상의 기능을 수행하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 10.

제 1 항에 있어서, 상기 인센티브로 고객 가입시 설문을 통하여 고객의 신원 정보뿐만 아니라 고객의 상품 및 서비스 정보에 대한 선호도를 조사하여 고객의 일반적인 성향을 분석하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 11.

제 10 항에 있어서, 상기 설문은 메시지 전송과 이에 대한 고객의 응답을 통해서 이루어지는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 12.

제 10 항에 있어서, 각 고객마다 ID를 부여하고 고객별 가입양식 내용의 선호도를 기준으로 고객 관리를 위한 고객 DB를 생성하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 13.

제 12 항에 있어서, 상기 고객 DB에는 고객별로 수신한 상품/서비스정보에 대한 응답 현황을 알 수 있는 자기방의 내용이 포함되는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 14.

제 13 항에 있어서, 각 고객이 유무선 인터넷을 통하여 접속할 수 있는 상기 개인별 자기방은 서비스 제공자의 인터넷 홈페이지 내에 구축되어 각 고객이 항상 이용할 수 있는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전

송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 15.

제 14 항에 있어서, 상기 자기방을 야후와 네이버를 포함하는 인터넷 포탈 업체들과 전략적 제휴에 의하여 상기 인터넷 포탈업체들이 현재 실시중인 자기방 내의 맞춤 항목에 포함시키는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 16.

제 13 항에 있어서, 상기 자기방은 유무선 인터넷을 통해 접속할 수 있는 개인 고객 방으로서 웹 페이지 형태로 제공되며, 고객의 신원정보, 고객의 활동 사항, 각각의 활동 사항에 대한 마일리지 점수, 점수로 구매할 수 있는 상품 및 서비스 목록, 서비스 제공자의 홈페이지에서 선택한 서비스 항목을 내용 가운데 포함하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 17.

제 16 에 있어서, 상기 고객의 신원 정보는 고객의 이름과 ID를 포함하고, 상기 고객의 활동 사항은 고객이 메시지를 받았을 때의 응답 시간, 응답의 성실성 정도, 구매 기록, 소개 기록을 포함하는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 18.

제 16 항에 있어서, 고객이 선호하는 서비스 정보를 상기 서비스 제공자의 홈페이지에서 선택한 뒤 자기방에 구성하여 서비스 정보를 제공받으며, 상기 서비스 정보에는 증권 정보, 일기 예보, 뉴스, 스포츠 뉴스, 채팅, 상품정보를 포함하는 포털(PORTAL) 내용 가운데 고객들이 선호하는 내용으로 구성되며, 상기 내용을 바꿀 수도 있는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 19.

제 1 항에 있어서, 상기 소정의 메시지에는 상품/서비스에 대한 광고/정보, 새로운 상품/서비스에 대한 고객의 의견을 물어보는 설문 및 재빠른 응답이 필요한 정보나 설문 내용이 포함되는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 20.

제 19 항에 있어서, 상기 메시지를 전송할 고객은 고객별 가입신청서 및 자기방 내의 고객별 서비스 성향분석에 의한 고객 데이터베이스를 기준으로 선별되는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 21.

제 19 항에 있어서, 상기 메시지는 단문메시지(SMS) 또는 무선 인터넷 프로토콜을 이용하여 전송되는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 22.

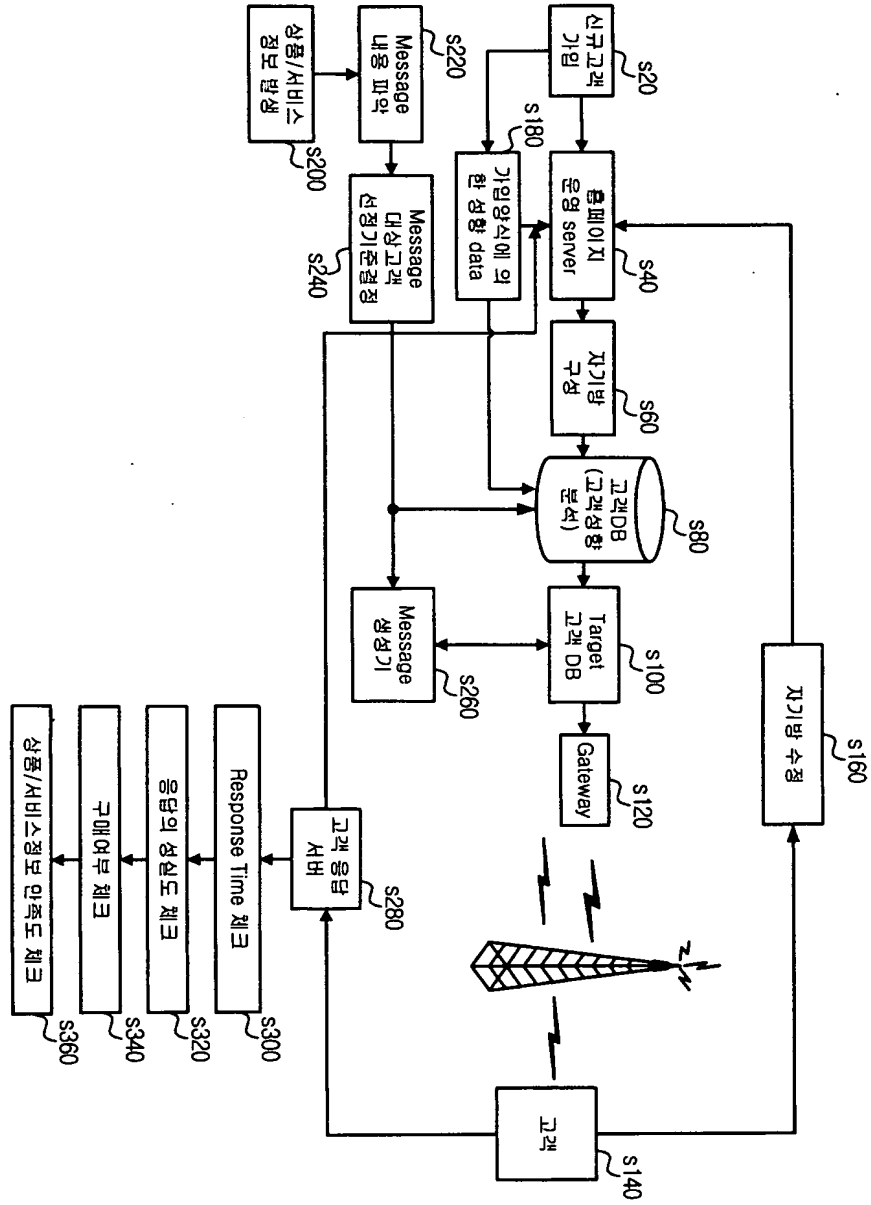
제 1 항에 있어서, 고객의 응답 내용을 고객 데이터베이스에 반영하여 새로운 고객 데이터베이스를 생성시키는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

청구항 23.

제 1 항에 있어서, 상기 상품/서비스정보 만족도는 고객이 수신한 상품/서비스정보에 대한 만족도로서, 상기 상품/서비스정보를 수신한 고객이 자기에게 필요한 정보인지 아닌지 여부를 무선단말기의 0에서 9까지의 키(Key)를 이용하여 의사표시를 함으로써 이 정보를 고객성향 분석 자료로 활용하여 추후 자료 전송고객 선택시 반영이 될 수 있도록 하며, 이때 0은 가장 불만족한 정보이고, 9는 가장 만족한 경우를 나타내는 것이 특징인, 무선 이동단말기를 이용한 상품/서비스 정보 전송 및 응답에 의한 타겟 마케팅 방법.

도면

도면 1



도면2

